

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* OBYEK WISATA
PEMANDIAN AIR PANAS BAYANAN
KABUPATEN SRAGEN



Diajukan untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Guna Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Ahli Madya Diploma III
Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Oleh :
AGUS ABDUL RAHMAN ARIDLA
C9509005

PROGRAM STUDI D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2013

LEMBAR PERSETUJUAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul

PERANCANGAN *VISUAL BRANDING* OBYEK WISATA PEMANDIAN AIR PANAS BAYANAN KAB. SRAGEN

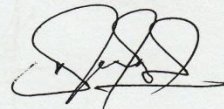
Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan penguji

Pembimbing Tugas Akhir I



Esty Wulandari, S.Sos, M.Si
NIP. 19791109 200801 2 015

Pembimbing Tugas Akhir II

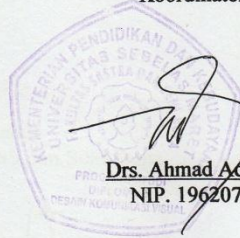


Jauhari, S.Sn, M.Sn

Mengetahui,
Koordinator Tugas Akhir



Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D
NIP. 196207081992031001



PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Tugas Akhir

Pada tanggal 12 Juli 2013

Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir
Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn
NIP. 197111152006041001

(.....)

Sekretaris Sidang Tugas Akhir
IGN Tri Marutama, S.Sn, M.Sn
NIP.

(.....)

Pembimbing Tugas Akhir I
Esty Wulandari, S. Sos, M.Si
NIP. 197911092008012015

(.....)

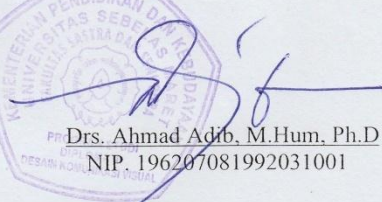
Pembimbing Tugas Akhir II
Jauhari, S.Sn, M.Sn
NIP.

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa


Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph.D
NIP. 196003281986011001

Ketua Program
DIII Desain Komunikasi Visual


Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D
NIP. 196207081992031001

MOTTO

“Tuhan mungkin tidak pernah mengabulkan doa kita, tapi Tuhan memberi kita petunjuk dan jalan untuk mendapatkannya”. (John Savique Capone)

PERSEMBAHAN

Kedua orang tua dan kakakku tercinta yang telah memberikan segalanya dalam setiap doa, perhatian, dan kasih sayang.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan melimpahkan hikmah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul *PERANCANGAN VISUAL BRANDING OBTEK WISATA PEMANDIAN AIR PANAS KABUPATEN SRAGEN*.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Ahli Madya dalam Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Selesainya Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D, selaku Ketua Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual.
3. Esty Wulandari, S. Sos, M.Si, selaku Pembimbing I Tugas Akhir.
4. Jauhari, M.Sn, selaku Pembimbing II Tugas Akhir.
5. Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn, selaku Ketua Penguji Sidang Tugas Akhir.
6. IGN Tri Marutama, S.Sn, M.Si, selaku Sekretaris Penguji Sidang Tugas Akhir

7. Seluruh Dosen DIII Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan.
8. Laksono dan Joko S, terimakasih atas kemudahan beradministrasi.
9. Seluruh *Staff* Pemandian Air Panas Bayanan yang telah memberikan izin untuk melakukan observasi di Pemandian Air Panas Bayanan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Atas perhatian dan kerjasamanya penulis ucapkan terima kasih.

Surakarta, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan	3
 BAB II IDENTIFIKASI DATA	 4
A. Data Produk	4
1. Sejarah Pemandian Air Panas Bayanan	4
2. Keadaan Umum Obyek Wisata Pemandian Air Panas Bayanan	7
3. Letak Geografis Pemandian Air Panas Bayanan	11
B. Target <i>Market</i> dan Target <i>Audience</i>	12
1. Target <i>Market</i> dan Target <i>Audience</i>	12
2. Target Karya	13
C. Komparasi	14
1. Pemandian Air Panas Sapta Tirta Pablengan	15
2. Pemandian Air Panas Langenharjo	17
 BAB III KONSEP PERANCANGAN	 20
A. Konsep Karya	20
1. Pendekatan Kreatif	22
2. <i>Positioning</i>	22
3. <i>USP (Unique Selling Preposition)</i>	23
4. <i>Big Idea</i>	23
B. Konsep Perancangan	26
1. Strategi Visual Secara Umum	26
2. Strategi Visual Secara Verbal	26
3. Strategi Visual non Verbal	28
C. Teknik Pelaksanaan	38
D. Perancangan Media	38
 BAB IV VISUALISASI KARYA	 50
A. Media Lini Atas (<i>Above the Line Media</i>).....	62
1. <i>Billboard</i>	62
2. Iklan Koran	63

3. <i>Traffic Ad</i>	64
B. Media Lini Bawah (<i>Bellow the Line Media</i>).....	66
1. Brosur	66
2. <i>Cutting Sticker</i>	68
3. <i>ID Card</i>	69
4. Mug	70
5. Pin	
6. Gantungan Kunci	
7. <i>Name Board</i>	71
8. Papan Fasilitas Umum	72
9. Papan Informasi	73
10. Papan Larangan.....	74
11. Petunjuk Arah	75
12. Poster	76
13. Spanduk	77
14. Tiket	78
15. <i>Uniform</i>	79
16. <i>X-Banner</i>	80
C. Media Penunjang (<i>Stationary</i>)	81
1. Amplop	81
2. Kalender	82
3. Kop Surat	83
4. Map	84
D. Media Digital	81
1. <i>Website</i>	81
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN